

Bài 4: Kế hoạch marketing



- Có thể triển khai tiến hành nghiên cứu thị trường
 - Xây dựng được Kế hoạch Marketing
 - Ước tính được khối lượng hàng bán ra
-

- Tiến hành nghiên cứu thị trường
 - Xây dựng Kế hoạch Marketing
 - Ước tính khối lượng hàng bán ra
-

Vì sao phải nghiên cứu thị trường?



Nghiên cứu thị trường giúp:

- ✓ Xác định nhu cầu của khách hàng tiềm năng
- ✓ Tìm ra cách các đối thủ cạnh tranh trong tương lai của bạn đã đáp ứng được những nhu cầu

Các nguồn tìm hiểu thêm thông tin về thị trường?

Các nhóm thảo luận



- Họ muốn mua sản phẩm hay dịch vụ gì?
- Họ nghĩ gì về đối thủ cạnh tranh của bạn?

=> Cần phải xác định các nhóm khách hàng tiềm năng khác nhau có các đặc điểm rõ ràng và có thể phân biệt được. Đây được gọi là phân khúc thị trường. Thu thập thông tin các khách hàng tiềm năng theo đặc điểm của họ sẽ cho phép bạn có thông tin chi tiết và cụ thể về sở thích sản phẩm của họ

Nghiên cứu thị trường: Đối thủ cạnh tranh

- Họ cung cấp sản phẩm hay dịch vụ gì?
- Giá bán sản phẩm hay dịch vụ của họ là bao nhiêu?
- Họ thu hút khách hàng như thế nào?

Nghiên cứu thị trường cho doanh nghiệp của bạn

NGHIÊN CỨU THỊ TRƯỜNG

Sản phẩm (1)	Khách hàng (2)	Nhu cầu và sự ưu tiên của khách hàng (3)	Đối thủ cạnh tranh (4)	Khoảng trống (Mà đối thủ cạnh tranh chưa đạt tới) (5)

7 Ps :

- Product – Sản phẩm
 - Price – Giá cả
 - Place – Địa điểm
 - Promotion – Xúc tiến
 - People – Con người
 - Processes – Quy trình
 - Physical Evidence – Bằng chứng hữu hình
-

	Phân siêu hữu cơ
Chất lượng	Phân hữu cơ với tỷ lệ phân chuồng cao, thích hợp cho cây trong giai đoạn đầu để giúp phát triển lá và hoa
Màu sắc	Không có
Kích cỡ	Túi 10 kg
Đóng gói	Túi tái chế thông thường
Chứng nhận	Dán nhãn hữu cơ

Kế hoạch về sản phẩm của dn

- ✓ Hãy mô tả hàng hóa/ dịch vụ của bạn càng chi tiết càng tốt

Hàng hóa, dịch vụ hoặc loạt sản phẩm					
	1	2	3	4	5
Chất lượng					
Màu sắc					
Kích cỡ					
Bao bì					

	Phân siêu Hữu cơ organic
Chi phí	12,600 /kg
Mức giá KH sẵn sàng trả	16,00 /kg
Giá đối thủ cạnh tranh	18,000 / kg (giá của nhà máy)
Giá	15,000 / kg
Lý do đặt mức giá này	Vẫn thấp hơn giá đối thủ cạnh tranh và duy trì mức lợi nhuận 19%
Giảm giá cho khách hàng sau	Giảm 10% cho các cửa hàng nông cụ và vườn ươm cây trồng, giao hàng miễn phí cho tất cả khách hàng khác
Lý do giảm giá	Khuyến khích các nhà bán lẻ bán sản phẩm cho người dùng cuối cùng
Tín dụng cấp cho các khách hàng sau	Không bán chịu
Lý do cho trả chậm	

Kế hoạch về giá của dn

Hàng hóa, dịch vụ hay loạt sản phẩm	1	2	3	4
Chi phí				
Giá khách hàng sẵn sàng mua				
Giá của đối thủ cạnh tranh				
Giá bán				
Lý do định mức giá này				
Chiết khấu dành cho khách hàng sau:				
Lý do chiết khấu				
Bán chịu cho khách hàng sau				
Lý do bán chịu				

- Địa điểm, vị trí?
- Lý do lựa chọn vị trí này ?
- Phương thức phân phối ?
- Lý do chọn hình thức phân phối này?



Phương tiện	Chi tiết	Chi phí
Quảng cáo		
Tài liệu quảng cáo (Brochure)	Chi tiết về công ty và sản phẩm	1.000 cuốn 4.000
Quảng bá / Tiếp thị trực tiếp		
Trưng bày	Trưng bày tại triển lãm nông nghiệp	10.000
Trình diễn	Trình bày cách sử dụng phân hữu cơ cho cây trồng, hoa và các cây trồng khác; Mời khách hàng mục tiêu và báo địa phương và truyền hình tham dự v.v...	3 cuộc 12.000
Xúc tiến bán hàng		
Giảm giá	Giảm giá 5% cho tất cả các đơn hàng, áp dụng trong 2 tháng đầu	1.400
Tổng chi phí xúc tiến cả năm		27.400

Kế hoạch xúc tiến

Phương tiện	Chi tiết	Chi phí
Marketing trực tiếp		
Quảng bá		
Quảng cáo		
Xúc tiến bán hàng		
....		
Tổng		

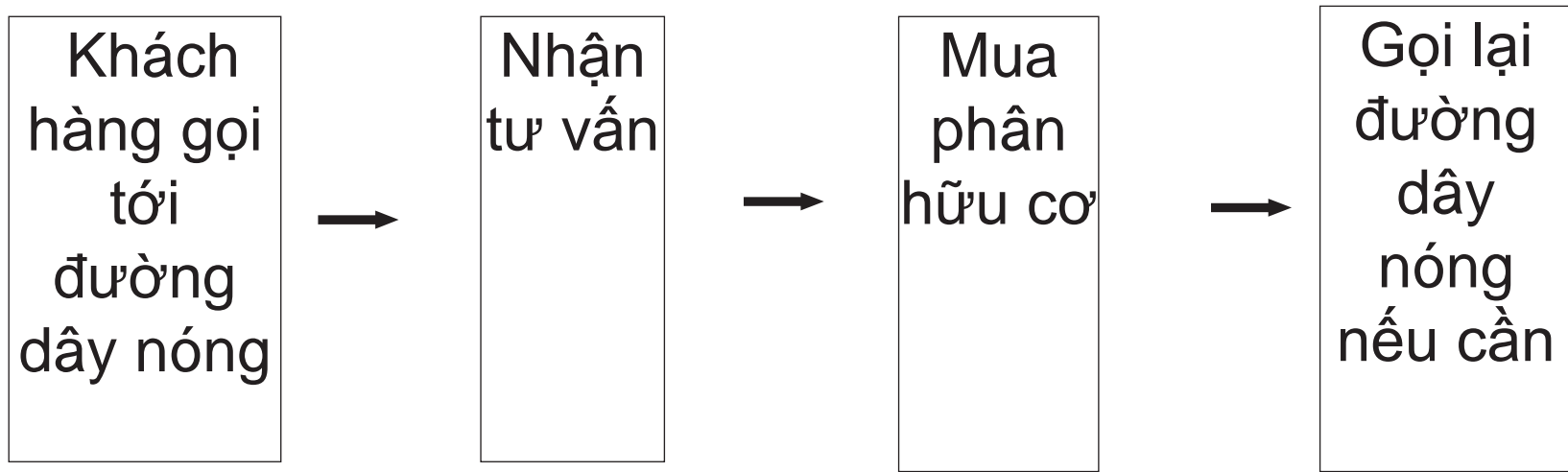
Đối với Kế hoạch Marketing của bạn, bạn cần phải:

- Xác định các vị trí chủ chốt có thể tạo sự khác biệt trong doanh nghiệp của bạn
- Xác định tiêu chí tuyển người cho những vị trí chủ chốt này
- Lập kế hoạch đào tạo và huấn luyện phù hợp cho những vị trí chủ chốt

Kế hoạch về con người

Vị trí	Tiêu chí tuyển dụng	Kế hoạch đào tạo

- Quy trình bao gồm các cơ chế và bước khác nhau mà bạn sử dụng để đưa sản phẩm đến cho khách hàng của mình



Kế hoạch marketing về quy trình

Các bước	Mô tả
1.	
2.	
3.	
...	

- ✓ Văn phòng và trang trí nội thất
- ✓ Xuất hiện trên Internet và trang web
- ✓ Đóng gói
- ✓ Chỉ dẫn
- ✓ Đồng phục nhân viên
- ✓ Danh thiếp

	Mô tả
Văn phòng và trang trí nội thất	
Hiện diện trên Internet và các trang web	
Bao bì	
Ký hiệu	
Đồng phục nhân viên	
Danh thiếp	
Hòm thư...	
Văn phòng và trang trí nội thất	

Ước tính số lượng hàng bán

Làm thế nào để ước tính số lượng hàng bán?



- ✓ Kinh nghiệm của bản thân
- ✓ Dựa vào đối thủ cạnh tranh
- ✓ Bán thử
- ✓ Đơn đặt hàng
- ✓ Điều tra nghiên cứu

Ước tính số lượng hàng bán

Sản phẩm	Phân phối	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	TỔNG
1.	Trực tiếp													
	Bán lẻ													
													
	Tổng													
...	Trực tiếp													
	Bán lẻ													
													
	Tổng													
Tổng khối lượng bán hàng														
Tổng doanh thu trên thị trường														
Thị phần														

- Tiến hành nghiên cứu thị trường
 - Xây dựng Kế hoạch Marketing
 - Ước tính khối lượng hàng bán ra
-

A large, abstract graphic consisting of several overlapping, wavy bands of color. The colors include shades of blue, orange, yellow, and green, creating a vibrant, flowing effect. The graphic is positioned in the center of the slide, behind the 'Thank you!' text.

Thank you!
